

BPR a.i.V.

**Ausschuss Soziales, Arbeits- und
Gesundheitsschutz**

Themenheft D03

Digitalisierung und Corona



Stand: 06.04.2021

Inhalt

1. Corona treibt Digitalisierung voran – aber nicht alle können mithalten	3
2. Ortlos unterkuschelt	4
3. Corona-Krise verdeutlicht die Bedeutung der Digitalisierung	6
4. Digitalisierung – der Corona-Impfstoff für die Wirtschaft.....	8
5. Digitalisierung des öffentlichen Dienstes hat „Luft nach oben“	11
6. Folgen von Covid-19: Corona als Katalysator für Digitalisierung?	13
7. Wie Covid-19 die digitale Zukunft beschleunigt.....	15
8. Förderung von Künstlicher Intelligenz in Deutschland.....	16
9. Was das Arbeiten im Home Office mit uns macht.....	17
Weitere interessante Internetseiten	21
Literatur	22
Impressum	23

1. Corona treibt Digitalisierung voran – aber nicht alle können mithalten

Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass Digitalisierung stark an Bedeutung gewonnen hat. Zugleich wurden aber auch vielen Unternehmen und Behörden die eigenen Defizite bei den bisherigen Digitalisierungsbemühungen vor Augen geführt. Da nicht alle gleichermaßen in der Lage sind, ihre Digitalisierungsanstrengungen zu intensivieren, besteht die Gefahr einer digitalen Spaltung. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 605 Unternehmen mit 20 oder mehr Mitarbeitern aller Branchen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Digitalisierte Unternehmen kommen besser durch die Krise

Mehr als 84% der Unternehmen geben an, dass durch die Corona-Pandemie die Digitalisierung für das eigene Unternehmen an Bedeutung gewonnen hat. 86% sagen dies für die gesamte Wirtschaft. Zugleich glaubt keiner der Befragten, dass die Digitalisierung für das eigene Unternehmen oder die Wirtschaft durch die Pandemie an Bedeutung verloren hat. Ein Rekordwert von 97% der Unternehmen sieht im November die Digitalisierung vor allem als Chance für das eigene Unternehmen, im April 2020 lag der Wert mit 90% noch deutlich darunter. Und 70% meinen, dass Unternehmen, deren Geschäftsmodell bereits digitalisiert ist, besser durch die Corona-Pandemie kommen. 54% der Unternehmen geben an, dass ihnen digitale Technologien helfen, die Pandemie zu bewältigen.

Jedes dritte Unternehmen befürchtet eine Insolvenz in Folge der Pandemie

Insgesamt hat die Corona-Pandemie die deutsche Wirtschaft hart getroffen. 69% der Unternehmen sind nach eigenen Angaben bisher „sehr schlecht“ (40%) oder „eher schlecht“ (29%) durch die Krise gekommen. Nur 29% sind mit Blick auf Corona hingegen „eher gut“ (20%) oder „sehr gut“ (9%) unterwegs. 61% der Unternehmen erwarten, am Ende „eher geschwächt“ (32%) oder „deutlich geschwächt“ (29%) dazustehen. Gerade einmal 11 Prozent erwarten „eher gestärkt“ (7%) oder „deutlich gestärkt“ (4%) aus der Krise hervorzugehen. Und rund 32% hält es sogar für „eher wahrscheinlich“ (20%) oder „sehr wahrscheinlich“ (12%), dass es in direkter Folge der Corona-Pandemie Insolvenz anmelden muss.

Jeder Vierte sieht sich als Vorreiter bei der Digitalisierung

Die verstärkte Beschäftigung mit der Digitalisierung im Zuge der Corona-Pandemie hat aber zugleich dazu geführt, dass deren Stand im eigenen Unternehmen deutlich kritischer eingeschätzt wird. So sehen sich nur noch rund 27% als Vorreiter bei der Digitalisierung. Im April lag der Wert noch bei 36%, 2019 sogar bei 39%. Umgekehrt räumen aktuell 71% ein, zu den Nachzüglern zu gehören – verglichen mit 60% im April und 55% vor einem Jahr. Gefragt nach einer Bewertung des Digitalisierungs-Standes auf einer Schulnoten-Skala geben die Manager ihrem Unternehmen gerade einmal ein „befriedigend“ (3,4).

Aus Bitkom-Sicht ist ermutigend, dass Corona die Digitalisierung in den Unternehmen voranbringen wird. 61% erwarten ganz allgemein einen Innovationsschub. Etwa 54% rechnet damit, dass die Corona-Pandemie die Digitalisierung im Unternehmen langfristig vorantreiben wird.

Unternehmen ergreifen eine Vielzahl konkreter Digitalisierungs-Maßnahmen

Konkret ergreifen die Unternehmen in drei Bereichen Digitalisierungsmaßnahmen aufgrund der Corona-Pandemie: Bei der Technologie, bei Geschäftsprozessen und bei den Mitarbeitern. 75% haben neue Software angeschafft oder planen dies, 70% haben Hardware wie Laptops oder Smartphones gekauft oder haben dies vor und 58% haben eine digitale Infrastruktur wie VPN-Zugänge oder ein Intranet aufgebaut oder planen dies. Ziel dieser Investitionen ist es, die Prozesse im Unternehmen zu digitalisieren. 81% der Unternehmen nutzen seit der Corona-Pandemie Videokonferenzen statt persönlicher Treffen oder planen dies, 79% digitale Kollaborationstools wie Microsoft Teams oder Slack. Jeweils 63 % setzen auf digitale Dokumente statt Papier

und digitale Signaturen, 38% haben Beratungsleistungen zur Digitalisierung in Anspruch genommen. Mit Blick auf die Mitarbeiter haben 70% Homeoffice eingeführt oder haben das noch vor, 43% geben dies für digitale Weiterbildung an, 35% für die Digitalisierung des Recruitings von neuen Mitarbeitern und 23% haben digitale Mitarbeitererevents durchgeführt oder haben das noch vor. 9% haben darüber hinaus Digitalisierungsexperten eingestellt oder wollen dies tun.

Wichtigste Ziele all dieser Maßnahmen sind der Studie zufolge gleichermaßen, die Arbeitsfähigkeit des eigenen Unternehmens in der Krise sicherzustellen (96%) und besser auf künftige Krisen vorbereitet zu sein (96%). Darüber hinaus wollen aber 59% die Krise auch nutzen, um Versäumnisse bei der Digitalisierung des Unternehmens aufzuholen. Und 46% planen, das eigene Unternehmen nachhaltig zu digitalisieren, um sich so neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Digitalisierungs-Hemmnisse: Geld und fehlende Lösungen gewinnen an Bedeutung

Die größte Hürde für die Unternehmen bei der Digitalisierung ist der Datenschutz (69%). Dahinter folgen Anforderungen an die technische Sicherheit (58%) und fehlende Fachkräfte (55%). Verglichen mit früheren Befragungen werden deutlich häufiger fehlende finanzielle Mittel genannt. Aktuell gilt dies in 43% der Unternehmen als eine der größten Hürden, im April waren es nur 25%, 2019 sogar nur 20%. Unverändert verglichen mit dem April nennen 33% fehlende Zeit. Deutlich häufiger ist dagegen die Klage über die fehlende Verfügbarkeit marktfähiger Lösungen, die von 30% geäußert wird, im April waren es nur 18% (2019: 17%).

Manche Unternehmen investieren mehr, andere müssen Investitionen zurückfahren

Bei der verstärkten Digitalisierung kommen allerdings nicht alle Unternehmen gleichermaßen mit. So geben zwar 43% an, dass sich ihre Investitionen in die Digitalisierung seit Corona „stark erhöht“ (11%) oder „eher erhöht“ (32%) haben. Umgekehrt beklagen aber 30 Prozent, dass die Ausgaben „eher gesunken“ (27%) oder „stark gesunken“ (3%) sind. Dabei gibt es deutliche Unterschiede je nach Unternehmensgröße. Nur 10% der Unternehmen mit 20 bis 99 Mitarbeitern und 13% der Unternehmen mit 100 bis 499 Mitarbeitern haben ihre Investitionen stark erhöht. Bei den Unternehmen mit 500 bis 1.999 Mitarbeitern sind es aber 24%, bei denen ab 2.000 Mitarbeitern 22%.

Die Unternehmen, die ihre Investitionen in Digitalisierung seit Beginn der Corona-Pandemie zurückfahren mussten, haben dafür eine Vielzahl von Gründen. Ganz oben stehen fehlende finanzielle Mittel durch die Folgen der Corona-Pandemie (66%). Ähnlich viele geben an, dass wegen des ersten Lockdowns Projekte verschoben oder andere Prioritäten gesetzt werden mussten, weil die Existenz des Unternehmens gefährdet war (je 59%). Ebenfalls eine Mehrheit beklagt fehlende fachliche Expertise (54%) und fehlende Zeit für Digitalisierungs-Maßnahmen in der Pandemie (52%). Jeder Zweite (50%) hatte nicht die personellen Ressourcen für Digitalisierung in der Krise.

vgl: Bitkom e.V., in: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Corona-treibt-Digitalisierung-voran-aber-nicht-alle-Unternehmen-koennen-mithalten>, Abruf: 13.01.2021

2. Ortlos unterkuschelt

Die Corona-Krise zeigt, wie digital wir inzwischen leben können, wenn wir müssen - und wie viel uns dann fehlt. Das verweist aber vor allem auf ein großes unterschätztes Problem, das nur noch deutlicher werden wird, wenn alle geimpft sind.

Im Jahr 1996 veröffentlichte der Schriftsteller William Knoke ein Buch mit dem Titel "Placeless Society". Darin entwirft der Autor die Vision einer Gesellschaft, in der Orte keine Rolle mehr spielen. Moderne Kommunikationstechnologien wie das Internet würden die Welt zu einem elektronischen Dorf machen, in dem es völlig egal ist, ob man in Mumbai oder München sitzt.

"Stellen Sie sich vor, an zwei oder drei Orten gleichzeitig zu sein", schreibt Knoke. "Oder führen Sie sich die Fähigkeit vor Augen, Sie könnten Gegenstände so unmittelbar und mühelos durch die ganze Welt bewegen, als wären Sie Aladdins Geist aus der Lampe. So sieht eine Welt aus, in der es keinen Ort gibt. Die ortlose Gesellschaft umschreibt eine Welt, in der alles und jeder gleichzeitig ist." Ein Versicherungsvertreter, so Knokes Vision, könne von zu Hause aus arbeiten und "telependeln"; eine Computerfirma ihre Software in einer Kleinstadt in Utah schreiben; Hyper-schallflugzeuge Raum und Zeit relativieren.

Wenn man diese Zeilen mit dem Abstand von einem Vierteljahrhundert liest, staunt man, wie visionär sie sind. Man kann wirklich heute von jedem Ort der Welt, an dem es eine funktionierende Internetverbindung gibt, sich in seine - durchaus auch heimatstiftenden - Kommunikationsräume einloggen. Man kann im Outback von Australien einen Videoanruf nach Hause starten, dessen Tonqualität zuweilen besser ist als bei einem Ortsgespräch. Das Smartphone, dessen Home-Button nicht umsonst so heißt, ist zu einer Ersatzheimat geworden, die man mit Tagebüchern, Ordnern, Musik und Büchern zu einer mobilen Wohnung macht.

Die Corona-Pandemie hat diesen Trend verstärkt: Graduiertenfeiern, Hochzeiten, Konzerte, Proteste - was sonst auf Straßen, Schulhöfen oder öffentlichen Plätzen stattfand, verlagerte sich ins Netz.

Warum noch irgendwohin fliegen, wenn es virtuelle Realität gibt?

Mit Techniken wie virtueller Realität ist es möglich, ganze Landschaften und Szenerien in eine Datenbrille zu packen, mit der immersive Erfahrungen möglich sind. Man hat das Gefühl, mit seinem Körper am Ort des Geschehens zu sein. Warum noch irgendwohin fliegen, wenn es virtuelle Realität gibt?

Als im 19. Jahrhundert das Telefon erfunden wurde, gab es Befürchtungen, dass sich die Opernhäuser und Kirchen leeren könnten, wenn das Telefon Musik in alle Häuser transportiert. "Kein Mensch, der in seiner eigenen Stube mit seinem Telefon an der Seite sitzen und so der Vorführung einer Oper an der Academy lauschen kann, wird sich die Mühe machen, in die 14th Street zu gehen und den Abend in einem schwülheißen und überfüllten Gebäude verbringen", orakelte die New York Times am 22. März 1876 in einem Leitartikel. "Genauso werden viele Leute es vorziehen, Vorlesungen und Predigten im Komfort und Privaten ihrer eigenen vier Wände anzuhören, statt in die Kirche oder in den Hörsaal zu gehen."

Wie aktuell das klingt! Wer nimmt noch das Infektionsrisiko in einer Kirche in Kauf, wenn er den Gottesdienst im Livestream schauen kann? Wer will in einem schlecht belüfteten Kinosaal sitzen, wenn es Netflix auf dem Sofa gibt?

Schon vor Corona galt die Gesellschaft als unterkuschelt

Nur: Was ist, wenn die 90-jährige Mutter im Heim ihren Sohn nicht bloß via Skype sehen will, sondern leibhaftig? Wenn das Kind keine Lust mehr auf Homeschooling hat, sondern mit seinen Klassenkameraden auf dem Pausenhof spielen will? Kann eine Gesellschaft ohne Orte überhaupt existieren?

Emotionalität, körperliche Nähe, Berührungen - all das lässt sich über Internetleitungen nicht transportieren. Auch Blickkontakt lässt sich in Videokonferenzen nicht herstellen, weil man ja nicht gleichzeitig in den Bildschirm und in die Kamera schauen kann. Unter jeder Videokonferenz liegt ein Grundton der Vergeblichkeit: In dem Moment, wo man sich sieht, stellt man erst richtig fest, dass man sich nicht wirklich sieht.

Es ist das Gefühl, als würde man die Welt durch eine Glasscheibe sehen, als würde man in einer klinisch reinen Konsumwelt leben, wie sie in Jacques Tatis Film "Playtime" aus dem Jahr 1967 dargestellt wird: Auf der Suche nach Monsieur Giffard irrt der Protagonist Hulot durch sterile, labyrinthartige Büroräume, stolpert in Konferenzräume, telefoniert in Kabinen, doch am Ende verpassen sich beide. Es ist eine Gesellschaft, in der man sich permanent aus dem Weg geht.

Dabei braucht der Mensch Körperkontakt. Berührungen reduzieren Stress und stärken das Immunsystem (weshalb Social Distancing der Gesundheit auch abträglich sein kann). Wissenschaftler haben herausgefunden, dass Kellner in Bars ein höheres Trinkgeld bekommen, wenn sie die Schulter des Kunden berühren.

Schon vor Corona galt die Gesellschaft als "unterkuschelt", identifizierten Psychologen das Problem des "skin hunger". Corona hat das Problem heftig verschärft. Viele sehnen sich nach Berührungen, innigen Umarmungen, einem Händedruck, Kuscheleinheiten.

Die neue Kluft zwischen den Klassen

Die beiden Gesellschaftsbeschreibungen stehen in scharfem Gegensatz zueinander und sind doch - immerhin in der westlichen Welt - auch Teil der erlebten alltäglichen Gegenwart jedes einzelnen menschlichen Schicksals. Niemand lebt bloß digital, und nur sehr, sehr wenige leben mittlerweile nie digital.

Vollkommen trivial ist eine so skizzierte Gegensätzlichkeit des modernen Lebens deshalb allerdings genau nicht. Sie schärft nämlich den Blick auf - trotz allen rasenden digitalen Fortschritts - weiter bestehende geteilte Erfahrungen über Klassengrenzen hinweg. Alles Geld der Welt macht es - wenn man sich an Recht und Gesetz halten will - gerade nicht leichter, mit seinen Freunden und Verwandten zu Hause Zeit zu verbringen.

Andererseits werden neue Probleme überdeutlich. Etwa die Kluft, die entlang der Fähigkeit und der Möglichkeit verläuft, dem Käfig von Wiederholungs- und Bestätigungsschleifen digitaler Filterblasen entfliehen und so etwas wie nicht-digitalen Eskapismus praktizieren zu können. Kommunikationsarbeiter aller Stufen - von der Unternehmensberaterin bis zur Social-Media-Hilfskraft - können sich das zum Beispiel längst nicht mehr erlauben, ohne Gefahr zu laufen, abgehängt zu werden.

Die New York Times erklärte menschlichen Kontakt im vergangenen Jahr zum "Luxusgut", weil sie die Bildschirme schon wieder aus dem Leben der Reichen verschwinden sieht, während die Armen immer mehr auf Bildschirme starren. Man muss aber gar nicht so weit gehen, um den "Digital Divide", den digitalen Graben durch unsere Gesellschaft, den die neuen Technologien gebracht haben und weiter bringen, zu bemerken. Dieser digitale Graben ist eine der großen und noch immer unterschätzten politischen Herausforderungen, die nach der Pandemie nur noch krasser zu erkennen sein werden.

vgl: <https://www.sueddeutsche.de/digital/corona-digitalisierung-klassenkampf-1.5126011>, Abruf: 13.01.2021

3. Corona-Krise verdeutlicht die Bedeutung der Digitalisierung

Homeoffice, Online-Vorlesungen, Familientreffen per Videokonferenz: Wirtschaft und Gesellschaft nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um ihren Alltag in Zeiten der Corona-Krise bestmöglich zu gestalten. Steigende Nutzerzahlen von Videotelefonie, Online-Gaming, Video-streaming und Social erfordern stabile Internetverbindungen. Doch mit dem Internet an sich ist es nicht getan.

Es geht darum, relevante Daten für die Bewältigung der Pandemie auszutauschen. Die Universitätskliniken schließen sich zusammen, um Daten von Covid-19-Patient/innen zu vergleichen und sich einen Überblick über den Krankheitsverlauf zu verschaffen. Außerdem sollen die Daten „Erkenntnisse für das Pandemiemanagement und die Impfstoff- und Therapieentwicklung“ liefern.

Die sechs Zukunftslabore des Zentrums für digitale Innovationen Niedersachsen (ZDIN) konzentrieren sich auf unterschiedliche Bereiche, haben aber dennoch etwas gemeinsam: Sie brauchen Daten, um digitale Technologien einzusetzen und befassen sich mit folgenden Themen:

- **Digitalisierungsforschung.**

Der Austausch und die Analyse von Daten ist hier das zentrale Thema. Branchenübergreifend beschäftigt sie sich damit, wie Daten unterschiedlicher Quellen zusammengeführt, gespeichert und genutzt werden können, um innovative Konzepte umzusetzen.

Der Austausch medizinischer Daten, um den sich die Universitätskliniken aktuell bemühen, ist eines der Forschungsthemen des Zukunftslabors Gesundheit. Die Wissenschaftler/innen arbeiten daran, Gesundheitsdaten verschiedener medizinischer Einrichtungen wie Krankenhäuser, Pflegeheime oder Arztpraxen in einer Informationsplattform zu integrieren. Mithilfe der zusammengeführten Datensätze kann das Krankheitsbild einer Person ganzheitlich analysiert, genauere Diagnosen gestellt und entsprechende Therapien ausgewählt werden. Die Forschenden des Zukunftslabors Gesundheit arbeiten dabei eng mit der Initiative HiGHmed zusammen, die innovative Informationsinfrastrukturen für den Austausch von Gesundheitsdaten entwickelt und einen schnelleren Transfer von Ergebnissen aus der Forschung in die klinische Praxis ermöglichen soll. Diese Kooperation bietet dem Zukunftslabor die Chance durch Zugriff auf mehrere unabhängig voneinander bestehende Informationsquellen beim Datenaustausch zu profitieren.

- **Landwirtschaft**

Hier kann die langfristige Erfassung von Nährstoffgehalten, Bodeneigenschaften und Erträgen Aufschluss darüber geben, wie Dünge- und Pflanzenschutzmittel zielgerichtet eingesetzt werden können, ohne die landwirtschaftlichen Nutzflächen ökologisch zu stark zu beanspruchen. Die Forschenden des Zukunftslabors Agrar ermitteln Datenaufzeichnungen und -flüsse in der landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette, zeigen Lücken auf und entwickeln Lösungsansätze.

- **Energiesektor**

In diesem Bereich sind die Unternehmen ebenfalls auf einen reibungslosen Datenfluss angewiesen, um innovative Konzepte wie Smart Quarters zu realisieren. Dabei handelt es sich um private, gewerbliche oder öffentliche Gebäude eines Stadtteils, die sich zur klimafreundlichen, innovativen und effizienten Energieversorgung zusammenschließen und vernetzen. Das Zukunftslabor Energie thematisiert den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien in digitalisierten Energiesystemen, um benötigte Daten zur Sicherstellung der Energieversorgung in Smart Quarters zu erfassen, zu speichern und auszuwerten. Um die Energiewende und Digitalisierung der Energiebranche bewältigen zu können, ist ebenfalls ein möglichst offener Datenaustausch notwendig

- **Gesellschaft und Arbeit**

Auch bei diesem Forschungsthema werden umfangreiche Datensätze benötigt: der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) im Arbeitsleben. Die Wissenschaftler/innen untersuchen unter anderem, welche Auswirkungen KI auf die Arbeit von Beschäftigten hat. Das Thema Daten spielt hier in dem Sinn eine Rolle, als dass KI auf der Grundlage von Datensätzen Regelmäßigkeiten bzw. Strukturen erkennt und so zum Beispiel fehlerhafte Produktionsprozesse identifizieren kann. Beim Einsatz von KI kommt es zum einen auf rechtliche Aspekte zur Speicherung und Nutzung umfangreicher Datensätze an. Zum anderen gilt es auch ethische Fragen zu klären, etwa wer die Verantwortung für Entscheidungen der KI trägt.

- **Mobilität**

Der stetige Austausch von Daten ist auch Thema dieses Zukunftslabors. Neue Konzepte wie autonomes Fahren werden nur möglich, wenn Daten unterschiedlicher Quellen (z. B. Ampeln, Wetterprognosen) einheitlich erfasst, verknüpft und zur Verfügung gestellt werden. Auf diese Weise können autonome Fahrzeuge mit ihrer Umwelt kommunizieren und

Personen sowie Güter ohne menschliches Eingreifen transportieren. An der Bereitstellung dieser Datenstruktur sowie die damit verbundenen Sicherheitsvorkehrungen arbeiten die Forschenden dieses Zukunftslabors. Über die Netzwerke der Beteiligten besteht die Möglichkeit, auf Datenplattformen zuzugreifen, die Simulations- und Echtzeiten vereint und verschiedensten Akteuren aus Forschung und Praxis zur Verfügung stellt.

- **Produktion**

In der sogenannten Industrie 4.0, der automatisierten und vernetzten Produktion, kommt es ebenfalls auf Datenflüsse an: Intelligente und digital vernetzte Systeme erfassen Daten der automatisierten Produktion von der Entwicklung bis zum Recycling der Produkte. Die ganzheitliche Betrachtung der Wertschöpfungskette ermöglicht es, Produktionsprozesse zu optimieren und wirtschaftlicher zu gestalten. Die Forschenden des Zukunftslabors Produktion entwickeln eine Methode zur Bereitstellung und Absicherung der IT-Infrastruktur, die für den prozess- und standortübergreifenden Informationsaustausch einer vernetzten Produktion erforderlich ist.

Am Beispiel der Universitätskliniken, die sich zur Eindämmung des Coronavirus zusammenschließen, wird deutlich: Die Erfassung, Speicherung und Nutzung von Daten spielt in allen Bereichen des Lebens eine zentrale Rolle. Auch die Corona-Tracking-App ist auf Daten angewiesen. Über Bluetooth sendet und empfängt sie Signale von Personen in unmittelbarer Nähe. Diese Daten speichert sie anonymisiert für 21 Tage. Im Fall einer nachgewiesenen Infektion mit dem Coronavirus sendet die App einen Hinweis an alle Smartphones, deren Signale sie gespeichert hat, sodass sich die Personen in vorsorgliche Quarantäne begeben können. Solche hilfreichen Maßnahmen basieren auf Dateninfrastrukturen, die unterschiedliche Quellen zusammenführen. Die Corona-Krise zeigt, dass diese Lösungen weiterentwickelt werden müssen, um innovative Konzepte für die Zukunft voranzutreiben. Die Forschenden der sechs Zukunftslabore arbeiten intensiv daran, anwendungsfähige Lösungen für ihre Schwerpunktthemen zu finden und für die Praxis verfügbar zu machen.

vgl: <https://zdin.de/digitales-niedersachsen/corona-krise-verdeutlicht-die-bedeutung-der-digitalisierung>, Abruf: 13.01.2021

4. Digitalisierung – der Corona-Impfstoff für die Wirtschaft

Die Corona-Pandemie hinterlässt ihre Spuren in der Wirtschaft. Diese fallen je nach Branche recht unterschiedlich aus. Konsumnahe Dienstleistungsbranchen, in denen die Nähe zum Kunden wesentlich für die Erbringung ihrer Dienste ist, hat es besonders schwer getroffen. Dazu zählen Gastronomie und Beherbergung, Events und Veranstaltungen, Touristik und Sport sowie Wellness, Friseur und Kosmetik. Unter den Soloselbständigen in diesen Branchen mussten etwa neun von zehn Befragten Umsatzeinbußen verkraften, die über 75 % lagen (Bertschek und Erdsiek, 2020).

Eine im Juni 2020 durchgeführte Befragung der Kreditanstalt für Wiederaufbau KfW (Schwarz und Gerstenberger, 2020) im deutschen Mittelstand zeigt, dass wissensintensive Dienstleistungsunternehmen (67 %) häufiger Umsatzeinbußen hinnehmen müssen als Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe (60 %), ebenso kleinere Mittelständler mit bis zu zehn Beschäftigten (62 %) häufiger als größere mit mehr als zehn Beschäftigten (51 %). Die Baubranche kommt insgesamt relativ gut weg, hier kämpfen nur knapp ein Drittel der Unternehmen mit Umsatzeinbußen.

Es hat sich gezeigt, dass folgende drei Faktoren für Unternehmen entscheidend waren, um sich während des Lockdowns über Wasser zu halten: erstens, die Fähigkeit flexibel auf den Nachfragerückgang nach Produkten und Diensten oder auf Lieferengpässe zu reagieren und gegebenenfalls auf das Angebot anderer Produkte und Dienste umzustellen; zweitens, die Möglichkeit Distanz zu wahren, z. B. durch den Einsatz von Robotern in der Produktion und Logistik oder durch

die Einführung oder Ausweitung von Homeoffice und Videokommunikation, und drittens, die Option für (potenzielle) Kunden und Kooperationspartner sichtbar zu bleiben.

Die Corona-Krise beschleunigt die Digitalisierung

Alle drei Überlebensstrategien werden durch die Digitalisierung begünstigt. Unter den Soloselbstständigen hat durch die Krise etwa jeder Dritte Befragte bei der Digitalisierung zugelegt (Bertschek und Erdsiek, 2020). Besonders hervorzuheben sind hierbei die Bereiche Training und Schule, Gesundheit, Soziale Arbeit sowie stationärer Handel. Ökonometrische Schätzungen zeigen zudem, dass ein Digitalisierungsschub tendenziell stärker stattgefunden hat bei Soloselbstständigen, die weiblich oder vergleichsweise jung sind, die im Homeoffice arbeiten oder einen Hochschulabschluss haben. Während des Lockdowns waren zum Zeitpunkt der Befragung 73 % der Soloselbstständigen mit einem sehr niedrigen Digitalisierungsgrad des Angebots nicht mehr in der Lage, die eigene Tätigkeit auszuüben. Unter den sehr hoch digitalisierten Soloselbstständigen waren es dagegen nur 28 %. Digitalisierte Soloselbstständige erweisen sich also als deutlich krisenresistenter und leiden seltener unter den negativen Konsequenzen der Pandemie.

Auch die Corona-Krise beflügelt Innovationen, wie Zahlen der KfW aus dem letzten Jahr für den deutschen Mittelstand zeigen (Zimmermann, 2020): Demnach haben 27 % der Unternehmen zum Zeitpunkt der Befragung Innovationen Corona-bedingt umgesetzt und ihre Produkte, Prozesse oder Geschäftsmodelle erneuert oder verbessert, weitere 16 % planen Innovationen aufgrund der Krise. Die meisten Innovatoren fanden sich im Dienstleistungssektor und in kleinen Unternehmen, also insbesondere dort, wo stärkere Umsatzeinbußen zu verzeichnen waren. Dabei handelte es sich in erster Linie um Ad-hoc-Innovationen und selten um Innovationen, die aufwendige Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten erfordern.

Die Corona-Krise hat also nicht nur die Digitalisierung der deutschen Wirtschaft beschleunigt, sondern auch zu deren Innovationsaktivität beigetragen, auch wenn diese sich zunächst auf einfach umsetzbare Maßnahmen bezieht. Werden diese Entwicklungen zu nachhaltigen Veränderungen führen oder sind sie lediglich ein Strohfeuer? Vieles wird von der weiteren Entwicklung der Infektionszahlen abhängen und davon, ob und wie lange die Maßnahmen des Konjunkturpakets greifen.

Corona-bedingte Maßnahmen werden die Krise zum Teil überdauern

Für die Nutzung des Homeoffice während der Corona-Krise haben 33 % der Unternehmen in der Informationswirtschaft und 29 % im verarbeitenden Gewerbe kurzfristig in neue Technologien investiert. Insgesamt 46 % der Unternehmen in der Informationswirtschaft und 30 % im verarbeitenden Gewerbe gehen davon aus, dass sie auch nach der Krise vermehrt Homeoffice nutzen werden, und zwar in größerem Umfang als vor der Krise, aber in geringerem Umfang als während der Krise (ZEW, 2020). In der Informationswirtschaft gehen beispielsweise 31 % der Unternehmen davon aus, dass mehr als ein Fünftel der Beschäftigten auch nach der Krise regelmäßig mindestens einmal wöchentlich Homeoffice praktizieren werden, d. h. weniger Unternehmen als während der Krise (52 %), aber deutlich mehr als vor der Krise (12 %). Insbesondere größere Unternehmen haben die Erfahrung gemacht, dass sich mehr Tätigkeiten im Homeoffice erledigen lassen als vor der Krise angenommen, und möchten daher auch nach der Krise eher am Homeoffice festhalten. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Nutzung von Telefon- und Videokonferenzen.

Die Erwartungen zur konjunkturellen Entwicklung werden zunehmend besser, obwohl die Einschätzung der aktuellen Lage noch recht düster bleibt (ZEW-Konjunkturerwartungen Juli 2020, ZEW 2020a). Insbesondere für die Branche der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), für die Dienstleister allgemein sowie für den Bau, erwarten die Finanzmarktexperten eine Verbesserung der Entwicklung. Die konjunkturelle Lage in der IKT-Branche als zentraler Anbieter digitaler Technologien und Anwendungen hat im zweiten Quartal 2020 einen historischen Tiefstand erreicht (ZEW-B Branchenreport, ZEW 2020b). Allerdings herrschte – zwar verhalten, aber mehrheitlich – Optimismus, was die zukünftige Entwicklung von Nachfrage und Umsatz angeht. Für das dritte Quartal 2020 rechneten rund 22 % der IKT-Unternehmen mit Personalabbau,

knapp 15 % planen Neueinstellungen. Sollte der durch die Coronakrise angestoßene Digitalisierungsschub langfristig zu Investitionen in Digitalisierungsprojekte führen, dann wird sich dies auch in einer positiven Entwicklung der IKT-Branche niederschlagen.

Bislang schöpft Deutschland die Potenziale der Digitalisierung nicht aus. Im EU-Vergleich liegt Deutschland auf Platz 18 von 28 bei der Nutzung digitaler Technologien in der Wirtschaft. Nur 6 % der deutschen Unternehmen nutzen bislang Anwendungen der künstlichen Intelligenz. Die Corona-Krise hat zudem Defizite bei der digitalen Infrastruktur und im öffentlichen Bereich noch sichtbarer gemacht. So mangelt es in so manchem Haushalt, der sowohl Homeoffice als auch Homeschooling betreibt, an schnellem Internet, im Gesundheitswesen herrscht die Zettelwirtschaft.

Das Zukunftspaket der Bundesregierung setzt auf Digitalisierung und Innovationen

Das Konjunkturpaket der Bundesregierung ist in erster Linie auf das Abfedern der negativen Auswirkungen der Krise konzentriert. Mit dem als Zukunftspaket bezeichneten Teil des Konjunkturpakets hat die Bundesregierung ein Signal dafür gesetzt, dass die deutsche Wirtschaft in puncto Digitalisierung nach der Corona-Krise eine bessere Ausgangssituation haben soll als sie es vor der Krise hatte. So werden (zusätzliche) Mittel für den weiteren Ausbau von Glasfaser und 5G, die künstliche Intelligenz und die Quantentechnologie sowie für die Unterstützung der Wirtschaft und insbesondere der kleinen und mittleren Unternehmen bei der Digitalisierung bereitgestellt. Diese Maßnahmen wurden größtenteils bereits vor der Corona-Krise initiiert, haben aber durch die Krise an Bedeutung gewonnen. Jetzt gilt es dran zu bleiben:

- Für eine zukunftsfähige digitale Infrastruktur müssen Genehmigungsverfahren für den Glasfaserausbau weiter vereinfacht werden.
- Die seit längerem währende Diskussion über die Zulassung chinesischer Anbieter von Netzkomponenten für den Ausbau von 5G-Netzen muss in europaweit geltenden Sicherheitsstandards münden, die für alle Anbieter gelten.
- Für eine europäische Cloud-Infrastruktur wurde von Politik und Wirtschaft das Prestige-Projekt GALA-X initiiert. Dies gilt es mit Nachdruck voranzutreiben oder, bei Absehen eines Scheiterns, möglichst schnell die Reißleine zu ziehen.
- Die Entwicklung von Software, die Produkten und Diensten intelligente Funktionen verleiht, braucht Expertinnen und Experten. Jede zweite offene KI-Stelle konnte im vergangenen Jahr nicht besetzt werden. Hier sind Investitionen in die Aus- und Weiterbildung gefragt.
- Daten sind zum essenziellen „Produktionsfaktor“ geworden. Die Bundesregierung hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Datenstrategie in die EU-Ratspräsidentschaft einzubringen und an einer europäischen Lösung mitzuwirken. Dies ist nötig, um über die DSGVO hinaus einheitliche Rahmenbedingungen für den europäischen digitalen Binnenmarkt zu schaffen.
- Digitale Technologien haben als „General Purpose Technologies“ die Eigenschaft ihre Nutzer zu Innovationen zu befähigen. Dieses Potenzial sollte mehr denn je genutzt und die Anreize für Innovationen verstärkt werden. Eine Maßnahme im Zukunftspaket betrifft die Erhöhung der förderfähigen Aufwendungen für die steuerliche Forschungszulage, die erst Anfang 2020 eingeführt wurde. Wie die Expertenkommission Forschung und Innovation darlegt, werden insbesondere größere Unternehmen in die Gunst dieser zusätzlichen Förderung kommen. Sie zeigt mögliche Alternativen auf, die kleinere und mittlere Unternehmen nicht benachteiligen.
- Maßnahmen, die kleinere und mittlere Unternehmen bei der Digitalisierung unterstützen, wie sie durch verschiedene Förderprogramme schon vor der Corona-Krise gestartet wurden, müssen jetzt mit Nachdruck weitergeführt werden.

Das Momentum nutzen

Digitalisierung ist nicht um ihrer selbst willen so wichtig, sondern weil sie für viele Fragen und Herausforderungen eine Lösung bietet. Deshalb setzt das Zukunftspaket der Bundesregierung, das größtenteils zuvor bestehende Maßnahmen weiter verstärkt, die richtigen Signale.

Für Unternehmen heißt es nun, das Momentum zu nutzen und nicht bei Homeoffice und Videokonferenzen als neuen Errungenschaften zu verharren, sondern strategisch zu investieren, um die Eigenschaften, die sich seit Beginn der Corona-Krise als vorteilhaft erwiesen haben (Flexibilität, Distanzwahrung und Sichtbarkeit), auch langfristig zu sichern. Dabei ist es wichtig, sich die Digitalisierung für die (Weiter-)Entwicklung neuer Ideen zunutze zu machen. Die Krise hat zahlreiche neue Produkte und Dienste hervorgebracht oder bereits bestehenden zum Durchbruch verholfen. Denken wir beispielsweise an das veränderte Mobilitätsverhalten und die damit einhergehende große Nachfrage in der Fahrradbranche. Oder an den enormen Boom des Onlinehandels. Hier hat sich nicht nur die Nachfrage nach Produkten erhöht, die schon vor der Krise online vertrieben wurden, z. B. Bücher oder Elektrogeräte, sondern auch das Spektrum der gehandelten Produkte und Dienste. Mit Kochboxen werden nicht nur Nahrungsmittel online vertrieben, sondern Kocherlebnisse. Auch Dienste wie Coachings oder Weiterbildungskurse haben sich zügig in die Online-Welt verlagert. Auf diese Dynamik gilt es aufzusetzen und in die Entwicklung grundlegender Innovationen zu investieren.

Die Digitalisierung übernimmt in der Corona-Krise zweierlei Funktionen: Zum einen hilft sie dabei die negativen Auswirkungen der Krise abzufedern. Zum anderen beschleunigt sie den ohnehin bevorstehenden Strukturwandel, indem sie Innovationen ermöglicht.

vgl: <https://www.wirtschaftsdienst.eu/inhalt/jahr/2020/heft/9/beitrag/digitalisierung-der-corona-impfstoff-fuer-die-wirtschaft.html>, Abruf: 13.01.2021

5. Digitalisierung des öffentlichen Dienstes hat „Luft nach oben“

Eine neue Home-Office-Verordnung des Bundesministeriums für Arbeit sieht vor, dass Arbeitgeber im Rahmen der Pandemiebekämpfung möglichst alle diejenigen Mitarbeitenden ins Homeoffice schicken, bei denen dies möglich ist. Neben der Privatwirtschaft sind fast fünf Millionen Bundesbürger / -innen beim Staat beschäftigt. Dabei handelt es sich um zahlreiche Bürotätigkeiten. Diese wurden nicht in dem Ausmaß ins Homeoffice geschickt, wie dies eigentlich möglich wäre. Als Grund wird häufig die unzureichende Informationstechnik genannt. Arbeitgeberpräsident Dulger dazu: „Wir Arbeitgeber haben geliefert. Vor allem der öffentliche Bereich ist nun aufgefordert, eine Kultur des mobilen Arbeitens zu entwickeln.“ Dort lägen „erkennbar große Defizite“. Einer Recherche der Frankfurter Sonntags Zeitung zu Folge wurde das Homeoffice seit Beginn der Coronapandemie in den Ministerien von Bund und Ländern stark ausgebaut. Einige Landesregierungen gaben an, bei ihnen arbeiteten 80 bis 90 % der Mitarbeitenden im Homeoffice, wobei es erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern gibt. Während z.B. im baden-württembergischen Wirtschaftsministerium 95 % der Mitarbeitenden im Homeoffice tätig sind, war dies zum Zeitpunkt der Befragung in Rheinland-Pfalz nur bei gut der Hälfte der Fall. In den Bundesministerien lag der Anteil der Beschäftigten im Schnitt bei ca. 80 %.

Die Erfahrungen mit dem Homeoffice waren überwiegend positiv. Viele Bundesländer wollen auch nach der Krise mehr Bediensteten mobiles Arbeiten ermöglichen. Für den öffentlichen Dienst, wo die ‚Präsenzkultur‘, also die Anwesenheitspflicht im Büro, tief verwurzelt ist, wäre das ein großer Wandel.

Wie schnell und erfolgreich in der Krise Homeoffice eingeführt wurde, hänge davon ab, ob und in welchem Ausmaß die Organisationen das Thema schon vor der Pandemie auf der Agenda hatten. Während dies bei Ministerien eher der Fall war, ziehen die nachgeordneten Behörden die Gesamtbilanz eher nach unten. So habe sich insbesondere auf kommunaler Ebene, wo die meis-

ten Verwaltungskräfte tätig sind, eher wenig getan. Einer Umfrage des IT-Branchenverbands Bitkom mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund zufolge zeigte, dass Ende 2020 die Hälfte aller Kommunen überhaupt kein Homeoffice anboten – trotz zweiter Corona-Welle. Achim Berg (Bitkom) erklärt dies damit, dass die Digitalisierung der Arbeitsabläufe eine wichtige Voraussetzung für Homeoffice sei und genau dies sei aber häufig ein Problem.

Der Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI) 2020 misst die Fortschritte der EU-Mitgliedstaaten auf dem Weg zur digitalen Wirtschaft und Gesellschaft anhand einer Auswahl einschlägiger Indikatoren. Während Finnland und Schweden zu den Spitzenreitern bei der Gesamtleistung im digitalen Bereich gehören, liegt u.a. Deutschland, was die in den letzten fünf Jahren erzielten Fortschritte anbelangt, nur knapp über dem Durchschnitt.

Gemäß DESI habe die Corona-Pandemie gezeigt, dass in Krisenzeiten insbesondere digitale öffentliche Dienste wichtig seien, um die Fortführung der öffentlichen Dienste sicherzustellen, wenn Maßnahmen zur sozialen Distanzierung bestehen. Als Beispiele werden der Bereich der elektronischen Gesundheitsdienste wie Telemedizin, elektronische Verschreibungen und Austausch medizinischer Daten, und der Einsatz fortgeschrittener Technologien zur Verbesserung öffentlicher Dienste, beispielsweise durch Big Data oder künstliche Intelligenz genannt. Vor der Pandemie war ein Aufwärtstrend bei den digitalen öffentlichen Diensten festzustellen. Im Jahr 2019 haben sowohl die Qualität als auch die Nutzung digitaler öffentlicher Dienste zugenommen. 67 % der Personen, die auch sonst das Internet nutzen, gaben an, dass sie Formulare bei ihrer öffentlichen Verwaltung nun auf elektronischem Weg einreichen (gegenüber 57 % im Jahr 2014). Dies zeige die wachsende Verbraucherfreundlichkeit von Online-Verfahren gegenüber papiergestützten Verfahren. Die Spitzenreiter in diesem Bereich sind Estland, Spanien, Dänemark, Finnland und Lettland. Beim Vergleich der 27 Mitgliedsstaaten zeigen die Zahlen für Deutschland insbesondere in Bezug auf den öffentlichen Dienst, dass hier noch deutlich „Luft nach oben“ ist:

„In der Dimension Konnektivität ist Deutschland bei der 5G-Bereitschaft mit einem hohen Anteil an Festnetz-Breitbandanschlüssen führend in der EU. Hinsichtlich der Abdeckung der Netze mit sehr hoher Kapazität (Very High Capacity Networks – VHCN) liegt Deutschland allerdings nur auf Rang 21 und damit unter dem EU-Durchschnitt. Ebenso erreicht es bei den digitalen öffentlichen Diensten nur den 21. Platz.

In der Dimension Humankapital steht Deutschland zumindest bei den grundlegenden digitalen Kompetenzen und den grundlegenden Softwarekompetenzen an fünfter Stelle. Deutsche Unternehmen nutzen verstärkt soziale Medien, haben jedoch keine Fortschritte bei der Integration der Digitaltechnik erzielt. Bei der Nutzung von Online-Diensten belegt Deutschland den neunten Platz, da die deutsche Bevölkerung im Internet sehr aktiv ist.

Nur 5 % der Deutschen haben das Internet noch nie genutzt, und 84 % kaufen online ein. Bei der Inanspruchnahme von E-Government-Diensten belegt Deutschland mit einer Quote von nur 49 % den 26. Platz. In diesem Bereich liegt die größte digitale Herausforderung für Deutschland. Bund und Länder haben mehrere Maßnahmen zur Umsetzung des Onlinezugangsgesetzes ergriffen, um die Situation zu verbessern.“

Quellen:

Bollmann, Ralph / Theurer, Marcus: Geht auch der Staat ins Homeoffice? In: Frankfurter Sonntags Zeitung. 14.01.2021, Nr. 3, S. 20.

Die Bundesregierung (Hrsg.): Corona-Arbeitsschutzverordnung, <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/verordnung-zu-homeoffice-1841120>, Abruf: 24.03.2021

Europäische Kommission (Hrsg.): Deutschland im digitalen Vergleich in der EU an Platz zwölf. https://ec.europa.eu/germany/news/20200611-digitalisierung_de, Abruf: 24.03.2021.

Europäische Kommission (Hrsg.): Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI) 2020: Fragen und Antworten. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_1022, Abruf: 24.03.2021.

6. Folgen von Covid-19: Corona als Katalysator für Digitalisierung?

Ob virtuelle Konferenzen im Home-Office, Mathestunden per Klassenchat oder der tägliche Videoanruf mit den Großeltern: Die Pandemie hat sich vom ungewollten Stresstest zum Beschleuniger der Digitalisierung aller Lebensbereiche entwickelt – von der Wirtschaft über die Bildung bis zum Privatleben. Warum wir langfristig davon profitieren können – und wie es nach Corona weitergeht.

Warum fehlt es vielen Schulen und Kitas an Hard- und Software? Sind Pädagogen mit Online-Unterricht überfordert? Was muss passieren, damit die Jugend nicht zum Verlierer der Krise wird? Die Corona-Pandemie hat einerseits die digitalen Defizite des deutschen Bildungssystems schonungslos aufgedeckt. Andererseits das Thema zurecht ganz nach oben auf die Tagesordnung gehoben.

Vom Stresstest zum Katalysator der Digitalisierung

Die COVID-19-Pandemie hat sich von einem ungewollten Stresstest zu einem nicht mehr aufzuhaltenden Katalysator der Digitalisierung unserer Gesellschaft entwickelt. Ob in Schulen, Unternehmen oder Arztpraxen – die letzten Wochen und Monate haben gezeigt: Im Kampf gegen die Ausbreitung der Pandemie hat die Digitalisierung in allen Bereichen unseres Lebens deutlich an Fahrt aufgenommen, ja sich als wesentliche Stütze in der Krise erwiesen – für Unternehmen aller Branchen und Größen, fürs Bildungs- und Gesundheitswesen, für jeden Einzelnen von uns. Spätestens im viel zitierten „neuen Normal“ werden Videokonferenzen, E-Learning und digitales Arbeiten immer selbstverständlicher werden. Und wie offen wir – bedingt durch die Erfahrungen mit der aktuellen Corona-Pandemie – mittlerweile auch für eine Digitalisierung so sensibler Bereiche wie unserem Gesundheitswesen sind, zeigt 2020 eine repräsentative Bitkom-Untersuchung in Deutschland: Demnach sprechen sich 93 % der befragten Deutschen für den Ausbau der digitalen Gesundheitsversorgung aus. Im Schnitt rund 60 % der Befragten wollen, dass die ärztliche Beratung per Chat und Video-Sprechstunden künftig zum medizinischen Standard werden. Und 53 % sind der Ansicht, dass sich mithilfe digitaler Technologien Krisen wie die jetzige besser bewältigen lassen.

„Die Covid-19-Pandemie ist der Katalysator der Digitalisierung“, sagte der Vorstandschef einer führender Digitalisierungsinitiative und appellierte: „Wenn Sie nicht wissen, was Sie tun sollen – Digitalisieren. Das ist eine Aufgabe für jeden von uns und auch jedes Unternehmen. Denn es ermöglicht neue Effizienzen, neue Verkaufskanäle und mehr Flexibilität in den Arbeitsabläufen und Prozessen.“

Schlüsselrolle für die Telkos

Die Telekommunikations-Industrie wird bei dieser Entwicklung eine Schlüsselrolle einnehmen – als technischer Enabler und strategischer Berater im Dienste ihrer Kunden. Schließlich ist der Wert stabiler Konnektivität und kreativer digitaler Lösungen heute und auch in Zukunft so hoch wie nie. Für die Telekommunikationsunternehmen bietet sich damit künftig nicht nur die Chance, mehr Bandbreite und höhere Geschwindigkeiten zu verkaufen. Sondern auch, mit ihren und für ihre Kunden branchenübergreifende, zeitgemäße, digital gestützte Lösungen – Produkte und Dienstleistungen – zu finden. Dass wir die Digitalisierung forcieren können, haben wir gerade gezeigt: Letztlich hat die kritische Infrastruktur den Belastungstest in der Krise mit Bravour bestanden und damit bewiesen, wie unverzichtbar eine verlässliche, digitale Basis als Rückgrat von Wirtschaft und Gesellschaft ist. Daher wird es auch spannend zu beobachten sein, ob es in Deutschland möglich ist, vor dem Hintergrund jüngster Erfahrungen Genehmigungsbedingungen für einen weiteren Netzausbau zu vereinfachen und zu beschleunigen. Warum das wichtig ist? Weil wir so die Resilienz gegen künftige Krisen stärken und dazu beitragen, konstruktive Lösungen auf die größten Herausforderungen unserer Gesellschaft zu finden.

Mit Mut ins neue Normal aufbrechen

Was uns diese Erfahrungen der letzten Wochen auch zeigen? Dass Angst in unsicheren Zeiten ein schlechter Berater und stattdessen Initiative gefragt ist, um eine Krise wie die aktuelle zu bewältigen. Was Mut macht: Dass wir alle die positive Kraft der Digitalisierung erleben und die Chance hatten und haben zu erkennen, dass die Digitalisierung unseren Unternehmen und Institutionen, damit unserer Gesellschaft als Ganzes und jedem Einzelnen unter uns einen positiven Neustart in die Zukunft ermöglicht. Denn uns allen sollte klar sein: Durch Corona findet eine Zäsur statt, eine Rückkehr zum „davor“ ist ausgeschlossen. Stattdessen haben wir jetzt die Chance, die Weichen zu stellen für die Zeit nach der Pandemie. Also das „neue Normal“ zu gestalten und echten digitalen Fortschritt zu erreichen.

Wie aber kann dieses „neue Normal“ in einer Zeit nach Überwindung der Corona-Krise konkret aussehen? Ein Ausblick in sieben Thesen:

Beschleunigte Digitalisierung der Wirtschaft

Die Krise zwingt viele Unternehmen zum Sparen – jetzt und nachhaltig. Die Digitalisierung ist ein Katalysator zur Steigerung von Effizienz und finanzielle Stabilität. Die Beschleunigung der digitalen Agenda kann eine Folge der Corona-Krise sein.

Akzeptanz digitaler Zusammenarbeit

Der massenhafte Wechsel ins Home-Office machte endgültig deutlich, dass es sich hierbei nicht um Arbeit aus der Hängematte handelt. Auch die Geschwindigkeit, in welcher die Umstellung erfolgte, konterkarierte viele technische Bedenken. Nach Corona wird bei vermutlich immer mehr Geschäftsreisen die Frage aufkommen, ob nicht auch ein virtuelles Meeting ausreicht. Nicht zuletzt auch mit Blick auf eine neue ökologisch-nachhaltige Realität, die die Grundlagen für die Wettbewerbsfähigkeit und damit das wirtschaftliche Überleben neu definiert.

Entwicklung hybrider Arbeitsmodelle

Präsenzpflicht komplett durch Arbeit im Home-Office zu ersetzen kann allerdings nicht das Ziel unserer neuen Arbeitswelt sein. Es gilt, hybride Arbeitsmodelle zu entwickeln, die die Vorteile beider Welten optimal miteinander vereinen. Dazu gehört zum einen, Wege zu finden, um digitale Fähigkeiten für produktives Remote-Working zu fördern sowie die Motivation der Mitarbeiter trotz reduzierter sozialer Interaktionen sicherzustellen. Es muss aber auch Klarheit bestehen, wann die Arbeit im Büro notwendig ist – nicht ausschließlich zum Zwecke höherer Performance, sondern auch für das Team-Building und persönliche Begegnungen.

Mehr Interaktionen mit Kunden

Der Austausch mit bestehenden und potenziellen Kunden wird im Privatkundengeschäft künftig noch mehr an Bedeutung gewinnen. Diese Interaktionen finden zwar auch künftig in einem gewissen Maße noch analog, in zunehmendem Maße aber über digitale Kanäle statt – einfach, weil Kunden erwarten, dass Unternehmen und Behörden jeden Dienst digital zugänglich machen. Eine Entwicklung aber auch im Interesse der Unternehmen und Behörden – schließlich bieten die durch den digitalen Austausch zunehmend zur Verfügung stehenden Kundendaten viele Anlässe für passgenaue Angebote, Mehrgeschäft oder gar neue Geschäftsmodelle. Voraussetzung für die Nutzung dieser Daten: Die Kunden können sich auf ein hohes Maß an Datenschutz verlassen.

Resiliente Wertschöpfungsketten für Geschäftskunden

Auch wenn im Geschäftskundenbereich der persönliche Kundenkontakt weiterhin essenziell bleiben wird: Wir werden gerade in diesem Bereich eine deutliche Beschleunigung von Digitalisierung und Automatisierung in allen Sektoren erleben. Verbunden mit einer erhöhten Nachfrage nach dem Aufbau resilienter Wertschöpfungsketten – auch dies eine klare Reaktion auf die Erfahrungen in Corona-Zeiten.

Das Potenzial digitaler Bildung ausschöpfen

Schulen werden den klassischen Präsenzunterricht sicher nicht komplett durch Homeschooling ersetzen. Dennoch haben auch Schulen unlängst erfahren, dass sie sich in Zukunft digitaler aufstellen müssen. Die Erfahrungen in der Corona-Zeit haben deutlich gemacht, dass digitale Bildung nicht nur machbar, sondern – gut umgesetzt - hochgradig sinnvoll ist. Und dass wir das konstruktive Potenzial digitaler Bildung noch nicht ansatzweise ausgeschöpft haben.

Digitaler Schwung fürs Sozialleben

Der Lockdown kann einsam machen. Dass man auch via FaceTime und Skype in Kontakt bleiben kann, gar zusammen Sport machen oder ein Feierabendbier trinken kann, lernen gerade große Teile der Gesellschaft.

vgl: <https://www.telekom.com/de/karriere/fokusthemen/inhouse-consulting/trafo-talk/folgen-von-covid-19-corona-als-katalysator-fuer-digitalisierung-teil-3--601466>, Abruf: 13.01.2021

7. Wie Covid-19 die digitale Zukunft beschleunigt

Diese Bereiche der Digitalisierung gewinnen durch Corona an Bedeutung

Das Corona-Virus verändert unsere Gesellschaft und Industrie dauerhaft. Zu den Folgen der Pandemie zählt auch, dass neue Kernbereiche der Digitalisierung offengelegt werden. Covid-19 ermöglicht den Blick in eine Zukunft, in der die lokale sowie globale Vernetzung mehr denn je im Mittelpunkt stehen.

Verkauf von Userdaten steigt

Große US-Supermärkte verkaufen schon jetzt vermehrt Point-of-Sales-Daten (Point of Sales = Verkaufs- oder Einkaufsstelle, an dem das Produkt verkauft wird) an Hersteller. Diese reagieren damit auf Schwankungen in der Nachfrage und stellen so eine durchgehende Versorgung mit Produkten des täglichen Bedarfs sicher. Wird also beispielsweise besonders viel Toilettenpapier online bestellt, können die Fabrikanten entsprechend nachproduzieren. Es ist anzunehmen, dass sich dieses Verfahren auch in anderen Sektoren, etwa der Fashion-Branche, etablieren wird. Für den User sind dabei sogenannte real-time Verfügbarkeit Daten von Produkten von großem Interesse.

Nutzung von User- und Gesundheitsdaten

User- sowie Gesundheitsdaten können dafür genutzt werden, die Ausbreitung von Krankheiten einzudämmen. Spezialisten für künstliche Intelligenz in der Medizin (AI-Spezialisten) arbeiten daran, nicht nur Corona, sondern auch andere ansteckende Krankheiten mithilfe von Daten vorherzusagen und abzuschwächen. Dies geschieht bereits weitläufig in China und Süd Korea, wo bei Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln über QR Code ein Gesundheitsnachweis erbracht werden muss.

Auch in den USA beginnen Forscher ähnliche Apps zu entwickeln, wie z.B. das Open Source Projekt CoEpi oder das Private Kit der MIT. Ebenfalls interessant ist das Tracking von freien Krankenhausbetten, wie es eine US-Datenplattform, Definitive Healthcare in Partnerschaft mit Esri, bereits ermöglichen. Der Gesundheitssektor könnte durch die Nutzung von User- und Gesundheitsdaten eine dringend benötigte Entlastung erfahren. Unumgänglich dabei ist selbstverständlich die Wahrung der User-Privatsphäre.

Der E-Commerce-Sektor boomt

Obwohl und weil Ladengeschäfte nicht öffnen können, kaufen Kunden online ein. Der Retail Sektor ist von der Krise besonders stark betroffen. Und wer sich dem Online-Handel bisher verschlossen hat, wird nun eines Besseren belehrt. Von Kleidung, über Hygiene Produkte bis hin zu Lebensmitteln, der E-Commerce Sektor boomt. Vor allem kleinere Geschäfte sollten den Sprung ins Netz wagen und ihre Produkte online anbieten, um sich gegen Krisen abzusichern. Auch neue Zielgruppen können so erschlossen werden. So bieten z.B. viele Restaurants jetzt online Bestell- und Lieferservices an oder lokale Kleingeschäfte ohne E-Commerce Möglichkeit, schließen sich auf Community Plattformen zusammen, um ihre Ware weiterhin bewerben zu können.

Remote-Tools wie Slack und Zoom werden unentbehrlich

Das Arbeiten vom Homeoffice aus hat eindrucksvoll bewiesen, wie wichtig Tools für das kollaborative Remote-Working sind. Die Zugriffe auf die Videokonferenz-Software Zoom beispielsweise sind massiv angestiegen. Dabei wird Zoom nicht nur in Unternehmen, sondern auch in der Freizeit für die virtuelle Dinner Party oder den online Yoga Kurs eingesetzt. Aber auch andere Videokonferenz-Software wie Slack. Google Hangouts erleben eine Renaissance. Unternehmen und Behörden sollten die Corona-Krise nutzen, um veraltete Kommunikationswege durch modernere Lösungen dauerhaft zu ersetzen.

Neue Prioritäten der Digitalisierung durch Corona

Obwohl Corona viele negativen Folgen mit sich bringt, bietet das Virus auch die Chance, die zahlreichen Möglichkeiten der Digitalisierung neu zu evaluieren. Unternehmen jeder Branche sind dazu angehalten, Modernisierungsmaßnahmen anzustoßen sowie den Blick auf eine digitalisierte Zukunft zu richten. So können insbesondere Geschäftsreisen in Zukunft gemieden und die Umwelt geschützt werden.

vgl: <https://www.hausvonedn.de/technology/digitalisierung-und-corona-wie-covid-19-die-digitale-zukunft-beschleunigt/#inline>, Abruf: 13.01.2021

8. Förderung von Künstlicher Intelligenz in Deutschland

Angesichts des deutschlandweit großen Nachholbedarfs in Sachen Digitalisierung möchte die Bundesregierung KI (künstliche Intelligenz) fördern. Achim Berg, Präsident des Digitalverbands Bitkom, begrüßt diese Idee grundsätzlich, hält ihre Umsetzung jedoch für zu pauschal. Außerdem fordert er mehr Flexibilität bei Maßnahmen zur digitalen Transformation, wie sie sich aktuell in anderen Ländern bewähre.

Ein realistisches Bild der Digitalisierung in Deutschland

In Deutschland gibt es zwei Sichtweisen zur Digitalisierung: Entweder prägt sie unser gesamtes Leben oder wir verschlafen sie gerade komplett. Einen Mittelweg diagnostiziert quasi keiner. Eine angenehme Ausnahme bildet der Präsident des Digitalverbands Bitkom, Achim Berg. Er sieht Deutschland in einigen digitalen Bereichen auf einem guten Weg. Hier nennt er im Podcast „So techt Deutschland“ von ntv beispielsweise das autonome Fahren und die Telekommunikation.

Gleichzeitig benennt Berg aber auch eindeutig die vielen Schwierigkeiten, die hierzulande in Sachen Digitalisierung noch bestehen. Er setzt sich somit für ein realistisches Bild der Digitalisierung in Deutschland ein, das für eine erfolgreiche digitale Transformation unverzichtbar ist.

Mehr Flexibilität bei der Digitalisierung

Berg beklagt, dass digitale Maßnahmen in Deutschland nach wie vor mit zu viel Bürokratie verbunden seien. So würde es teilweise mehrere Jahre dauern, bevor ein Funkmast für das 5G-Netz Themenheft D03 / 2021

© BPR a.i.V. 2021

Seite 16 von 23

bewilligt sei. Erst dann könne mit dem tatsächlichen Bau begonnen werden. Für Unternehmen besteht somit nur ein geringer Anreiz, sich auf diese Verfahren einzulassen und solche Masten aufzustellen. Die Folge sei, dass in vielen Regionen Deutschlands die digitale Transformation nicht von der Stelle käme und viele Betriebe im Vergleich mit der Konkurrenz zurückblieben.

Berg fordert daher neue Regelungen in Anlehnung an das spanische Modell. Hier haben Betreiber von Hause aus die Erlaubnis, solche Masten dort zu planen und aufzustellen, wo sie es für richtig halten. Ist alles in Ordnung, ist das ein Gewinn für die Betriebe, den spanischen Staat und die Endverbraucher. Halten sich die Unternehmen nicht an geltendes Recht, werden sie dazu verpflichtet, die Masten wieder zurückzubauen. Da sich kein Unternehmen eine solche Fehlinvestition leisten kann und will, kämen solche Rückbauten aber quasi nicht vor. Eine ähnliche Flexibilität bei der Digitalisierung wünscht sich Berg auch für Deutschland.

Politik zeigt Interesse, aber...

Berg steht in direktem Gespräch mit politischen Entscheidungsträgern und stellt diesen seine Ideen und Anregungen vor. Er sagt, dass bei der Politik ein grundsätzliches Interesse an seinen Ausführungen bestehe. Die zuständigen Politiker würden ihm zuhören und sich auf seine Vorschläge einlassen. Allerdings hat er den Eindruck, dass sie auch sehr froh seien, wenn er wieder weg wäre. Er diagnostiziert der deutschen Politik somit, die Dringlichkeit des Problems durchaus erkannt zu haben und offene Ohren für Experten aus der Branche zu haben. Allerdings ergäben sich aus solchen Gesprächen zu selten konkrete Handlungen und Entscheidungen, die einen echten Mehrwert für die Digitalisierung in Deutschland darstellen würden.

Mehr Fokussierung bei der Förderung von KI

Ein weiterer Themenbereich, auf den Berg eingeht, ist die von der Bundesregierung beschlossene Förderung von KI. Er selbst ist fest davon überzeugt, dass KI für die Betriebe in der Zukunft eine zentrale Rolle spielen wird und dass ihre Förderung ein guter und wichtiger Schritt sei. Daten würden in den kommenden Jahren immer mehr an Bedeutung und Wert gewinnen und somit für Unternehmen und Staaten gleichermaßen relevant sein. Sich also schon heute auf KI und deren Umgang mit Informationen beziehungsweise ihre Verarbeitung von Daten einzulassen, sei eine gute Entscheidung.

Allerdings bemängelt Berg, dass die Art der Förderung viel zu allgemein und unpräzise sei. Er hält es nicht für möglich, einfach so KI zu fördern. Ein solches Vorgehen mit der Gießkanne könne nicht zum Erfolg führen. Stattdessen sei es wichtig, gezielt Projekte auszuwählen, die förderungswürdig sind. Die Bundesregierung müsse ein klares Digitalkonzept verfolgen und gezielt solche Projekte und Ideen fördern und unterstützen, die zur Umsetzung dieses Konzepts beitragen. Speziell die Medizintechnik und das autonome Fahren haben für Berg hohe Relevanz. Gleichzeitig hätten die Menschen digitalen Neuerungen in diesen Bereichen gegenüber viele Vorbehalte. Eine vorrangige Aufgabe der Bundesregierung sei es daher, solche Ängste gezielt abzubauen und die Akzeptanz der Digitalisierung in der Bevölkerung zu erhöhen.

vgl: <https://digital-magazin.de/mehr-digitalisierung-durch-das-coronavirus/>, Abruf: 13.01.2021

9. Was das Arbeiten im Home Office mit uns macht

Organisationsforscher der Universität Konstanz untersuchen, wie sich das Arbeitsverhalten von Beschäftigten ändert, die infolge der Covid-19-Epidemie von zuhause aus arbeiten.

Durch die fortschreitende Corona-Epidemie hat sich auch die Erwerbssituation in Deutschland für viele Beschäftigte schlagartig geändert. Von jetzt auf gleich arbeiten Millionen Erwerbstätige plötzlich von zuhause aus, „Homeoffice“ lautet das Schlagwort der Stunde. Wie wirkt sich diese für die Betroffenen teils ungewohnte Arbeitssituation auf die Arbeitsleistung und die psychische

Verfassung aus? Was können Führungskräfte und Arbeitgeber tun, um eine produktive und gesunde Arbeitsatmosphäre im Homeoffice zu fördern?

Zu diesen Fragen haben Konstanzer Organisationsforscher eine empirische Längsschnittstudie gestartet. Am 30. März 2020 führten sie dazu eine Onlinebefragung mit einer repräsentativen Stichprobe der deutschen Erwerbsbevölkerung durch. Rund 700 Beschäftigte, die zurzeit im Homeoffice arbeiten, beantworteten dazu einen detaillierten Fragebogen mit 83 Fragen. Um die Entwicklung ihrer Arbeitssituation besser einschätzen zu können, beantworten die Befragten in den kommenden zwei Wochen weiterhin täglich ausgewählte Fragen. Die Ergebnisse der Eingangsbefragung sind nun ausgewertet.

Arbeitssituation im Homeoffice

Die Deutschen sind mit dem Arbeiten von zuhause bisher nicht übermäßig vertraut: Für rund ein Drittel (35 %) der Befragten ist das Arbeiten im Homeoffice eine völlig neue Situation und weitere 50 % haben bisher nur wenig Erfahrung mit dieser Arbeitsform. Immerhin geben die meisten an, mit der Arbeitssituation wie auch mit den vorhandenen Ressourcen – ausreichend Platz, ein ungestörter Arbeitsplatz, eine gute Internetverbindung – zufrieden zu sein; das bestätigen zwei Drittel der Studienteilnehmer.

Die Forscher fragten auch nach der so wichtigen Kommunikation mit Arbeitskollegen und Vorgesetzten. Der überwältigenden Mehrheit reichen hier relativ konventionelle Mittel wie E-Mail (90 %) und Telefon (71 %) aus. Nur die Hälfte der Befragten gab an, regelmäßig Chats zu nutzen, und Videoanwendungen verwendet nur ein gutes Viertel (28 %).

Produktivität im Homeoffice

Anders als manche und mancher befürchtet haben mag, scheint die Leistung der Beschäftigten nicht zu leiden – zumindest in der Eigenwahrnehmung geben 45 % an, dass sie im Homeoffice sehr produktiv arbeiten. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, traditionell ein wichtiges Argument für die Nutzung von Telearbeit, sehen gut 77 % der Befragten durch die Arbeit von zuhause erleichtert. Allerdings fühlt sich ein Drittel der Befragten im Homeoffice sozial isoliert.

Zwischen Engagement und emotionaler Erschöpfung

Ein hohes Engagement der Mitarbeitenden ist für jeden Arbeitgeber wünschenswert. Gleichzeitig gilt es, emotionale Erschöpfung zu verhindern. Arbeitgeber mit vielen Mitarbeitenden im Homeoffice stehen durch die neue Arbeitssituation womöglich vor besonders schwierigen Herausforderungen. „Deshalb interessiert uns besonders, welche Faktoren mit dem Engagement und der emotionalen Gesundheit der Angestellten im Homeoffice zusammenhängen. Unsere ersten Ergebnisse deuten darauf hin, dass für das Engagement der Beschäftigten das Verhalten der Vorgesetzten besonders wichtig ist“, sagen die Forscher. „Führungsverhalten sollte sowohl auf Struktur, individuelle Beachtung und ein gutes Selbstmanagement, als auch auf gute Ausstattung und alle nötigen Ressourcen am Heimarbeitsplatz achten.“

Um zu verhindern, dass bei ihren Mitarbeitenden im Homeoffice emotionale Erschöpfungerscheinungen auftreten, sollten Führungskräfte sich vor allem individuell um sie kümmern. Konflikte zwischen Arbeits- und Familienleben gilt es dabei zu vermeiden. „Etwas überraschend kam für uns auch der Befund, dass möglichst nicht zu viel Kommunikation über Videokanäle stattfinden sollte“, sagt einer der Forscher, und ergänzt: „Das sind jetzt allerdings erst einmal Ergebnisse, die nur auf einer Querschnittsanalyse basieren – es ist also eine Momentaufnahme.“ Im weiteren Studienverlauf sind weitere acht Messzeitpunkte vorgesehen. Auf diese Weise möchten die Forschenden konkrete Praxisempfehlungen für Mitarbeitende, Unternehmen und Führungskräfte gewinnen, wie produktives und gesundes Arbeiten im Homeoffice gestaltet werden kann – in Zeiten der Corona-Pandemie, aber auch darüber hinaus.

Faktenübersicht:

- Die Online-Befragung wurde über das Online-Umfrageinstitut Respondi durchgeführt und umfasst 699 Befragte, die die Erwerbsbevölkerung repräsentativ nach Alter und Geschlecht abbilden. Der Fragebogen zur Eingangsbefragung enthielt 83 Fragen; in Folgebefragungen beantworten die Teilnehmenden über zwei Wochen an jedem Arbeitstag ausgewählte Fragen.
- Die wichtigsten Ergebnisse haben die Forschenden in einem Merkblatt/Fact Sheet zusammengefasst. Es kann unter <http://uni.kn/broschueren/pdf/factsheet-homeoffice.pdf> heruntergeladen werden.

vgl: Universität Konstanz, in: <https://www.uni-konstanz.de/universitaet/aktuelles-und-medien/aktuelle-meldungen/aktuelles/was-das-arbeiten-im-home-office-mit-uns-macht/>, Abruf: 10.02.2021

Zentrale Ergebnisse dieser aktuellen Befragungswelle

• **Potenzial von Homeoffice wird aktuell nicht ausgenutzt**

Grundsätzlich wurde festgestellt, dass das volle Potenzial von Homeoffice zur Verringerung des Infektionsrisikos derzeit nicht ausgeschöpft wird. Während von einer repräsentativen Stichprobe zu Beginn der Pandemie niemand vollständig in Präsenzarbeit war bzw. zumindest teilweise im Homeoffice gearbeitet hatte, waren im Mai 2020 bereits wieder 15 % und im Oktober 2020 sogar 34 % vollständig im Betrieb. Zwar können die Forscher der Studie hier für den neuesten Befragungszeitpunkt Ende Januar 2021 einen Rückgang erkennen, doch gaben trotz der recht einschneidenden Beschränkungen immer noch 20 % der Befragten an, derzeit vollständig in Präsenz zu arbeiten.

• **Gründe für Präsenzarbeit: Vorgaben durch Arbeitgeber, aber auch persönliche Präferenzen**

Um verstehen zu können, warum sich die Beschäftigten für die Arbeit in Präsenz entschieden haben, wurde nach Gründen hierfür gefragt. Unter der Möglichkeit einer Mehrfachnennung gaben 37 % der Befragten an, seit Anfang des Jahres in Präsenz gearbeitet zu haben, weil dies der Wunsch ihres Arbeitgebers war. 15 % der Mitarbeitenden gaben an, im Betrieb zu arbeiten, weil ihre Führungskraft dies gewünscht hatte. Jedoch scheinen auch persönliche Präferenzen eine Rolle zu spielen: 36 % der Befragten arbeiteten in Präsenz, weil sie es persönlich gerne wollten.

• **Volle Präsenzarbeit reduziert Leistung und steigert Erschöpfung**

Grundsätzlich sind die Werte in der Eigenwahrnehmung der Produktivität der Befragten weiterhin auf einem hohen Niveau. Unterscheidet man hier jedoch zwischen den Mitarbeitenden, die wieder voll im Präsenz arbeiten und denjenigen, die zumindest einen Teil der Zeit im Homeoffice sind, ist eine deutliche Differenz sichtbar: Während 85 % der Befragten mit dem flexiblen Arbeitsmodell ihre Produktivität mit „hoch“ oder „sehr hoch“ einschätzen, liegt dieser Wert bei den Beschäftigten in voller Präsenzarbeit nur bei 73 %. Auch die Werte der emotionalen Erschöpfung der Mitarbeitenden verdeutlichen diesen Kontrast: 26 % - also mehr als jede/r Vierte der Befragten, die voll in Präsenz arbeiten – gab an, sich emotional erschöpft und ausgebrannt zu fühlen. Bei den Beschäftigten in flexibler Homeoffice-Tätigkeit war mit 21 % nur etwas mehr als jede/r Fünfte emotional erschöpft.

• **Aktivitäten in Präsenzarbeit hängen mit Infektionen zusammen**

Die Beschäftigten wurden danach gefragt, ob sie seit Oktober 2020 positiv auf Covid-19 getestet wurden. Hier stellen wir einen deutlichen Zusammenhang zwischen bestimmten aktuellen Aktivitäten in Präsenzarbeit vor Ort und dem Anteil an positiven Corona-Tests in unserer Stichprobe fest. Insgesamt gaben 4,2 % der Befragten in Präsenzarbeit an, seit

Oktober 2020 positiv getestet worden zu sein. Vergleicht man diese Gruppe mit den Beschäftigten ohne Präsenzaktivitäten und betrachtet die jeweiligen Corona-Infektionen, ist ein deutliches Bild erkennbar: Die Infektionen sind um den Faktor 4 bis 8 erhöht, abhängig von der jeweiligen Aktivität.

Generell gaben 34 % der Beschäftigten an, dass noch während des aktuellen Lockdowns seit Beginn des Jahres in ihrem Unternehmen Besprechungen in Präsenz durchgeführt werden. Während von den Beschäftigten, bei denen keine Besprechungen in Präsenz durchgeführt werden, nur 1,2 % positiv auf Covid-19 getestet wurden, waren dies bei den Beschäftigten mit Besprechungen vor Ort 9,9 %.

Dieser Trend findet sich auch bei anderen Aktivitäten vor Ort: Von den Beschäftigten, bei denen die Kantine bzw. das Betriebsrestaurant in letzter Zeit geöffnet gewesen war (22 %), waren 9,8 % seit Oktober mit Corona infiziert, während es bei den Befragten mit geschlossener Kantine nur 2,7 % waren.

Zudem gaben 26 % der Befragten an, sich derzeit noch häufig mit anderen Kolleginnen und Kollegen vor Ort zu treffen. Unter diesen Beschäftigten lag der Anteil an Covid-19-Infektionen bei 9,1 %, während nur 2,5 % derer, die angaben, keine Kolleginnen und Kollegen vor Ort zu treffen, positive Corona-Infektionen aufwiesen.

Auch wenn keine finalen kausalen Schlüsse über die Wirkung von Präsenztätigkeit auf Covid-19-Infektionen abgeleitet werden, so lässt sich doch ein deutliches Muster für einen möglichen Zusammenhang zwischen den beiden Faktoren in den Daten erkennen.

vgl: Diese Ausführungen, sowie Schaubilder zur Umfrage finden Sie im Internet als pdf-Datei unter: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahU-KEwiZjNOqplLvAhUXVRUIHXMNBOSQFjACegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Fwww.polver.uni-konstanz.de%2Ftypo3temp%2Fsecure_downloads%2F112618%2F0%2Ff8a5bdd1d7d8c97ceaa9ed9e21f9a659a6f604e4%2FFactsheet_Erlaeuterungen_Complete2021.pdf&usq=AOvVaw3fmqgD4FB1V5V8puBnwIxi, Abruf: 24.02.2021

Weitere interessante Internetseiten

<https://www.handelsblatt.com/technik/digitale-revolution/digitale-revolution-digitalisierungshelfer-corona-so-wirkt-sich-die-pandemie-global-aus/26063752.html?ticket=ST-3017749-cMfkQJfUG9bHTiO4bHbP-ap1>

<https://www.handelsblatt.com/technik/digitale-revolution/digitale-revolution-so-etabliert-ein-chef-eine-gute-homeoffice-kultur-in-zeiten-von-corona/25738882.html>

Literatur

Bertschek Irene: Wirtschaftsdienst, Zeitschrift für Wirtschaftspolitik:

<https://www.wirtschaftsdienst.eu/inhalt/jahr/2020/heft/9/beitrag/digitalisierung-der-corona-impfstoff-fuer-die-wirtschaft.html>

Bitcom e.V.: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Corona-treibt-Digitalisierung-voran-aber-nicht-alle-Unternehmen-koennen-mithalten>

Bollmann, Ralph / Theurer, Marcus: Geht auch der Staat ins Homeoffice? In: Frankfurter Sonntags Zeitung. 14.01.2021, Nr. 3, S. 20.

Deutsche Telekom: <https://www.telekom.com/de/karriere/fokusthemen/inhouse-consulting/trafo-talk/folgen-von-covid-19-corona-als-katalysator-fuer-digitalisierung-teil-3--601466>

Die Bundesregierung (Hrsg.): Corona-Arbeitsschutzverordnung, <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/verordnung-zu-homeoffice-1841120>

Digital Magazin: <https://digital-magazin.de/mehr-digitalisierung-durch-das-coronavirus/>

Europäische Kommission (Hrsg.): Deutschland im digitalen Vergleich in der EU an Platz zwölf. https://ec.europa.eu/germany/news/20200611-digitalisierung_de

Europäische Kommission (Hrsg.): Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI) 2020: Fragen und Antworten. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_1022

Haus von Eden: <https://www.hausvoneden.de/technology/digitalisierung-und-corona-wie-covid-19-die-digitale-zukunft-beschleunigt/#inline>

Lobe Adrian: Süddeutsche Zeitung: <https://www.sueddeutsche.de/digital/corona-digitalisierung-klassenkampf-1.5126011>

Universität Konstanz, in: <https://www.uni-konstanz.de/universitaet/aktuelles-und-medien/aktuelle-meldungen/aktuelles/was-das-arbeiten-im-home-office-mit-uns-macht/>
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiZjNOqpILvAhUXVRUIHXMNB0sQFjACegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Fwww.polver.uni-konstanz.de%2Ftypo3temp%2Fsecure_downloads%2F112618%2F0%2Ff8a5bdd1d7d8c97ceaa9ed9e21f9a659a6f604e4%2FFactsheet_Erlaeuterungen_Complete2021.pdf&usg=AOvVaw3fmqgD4FB1V5V8puBnwIxi

ZDIN - Zentrum für digitale Innovationen Niedersachsen: <https://zdin.de/digitales-niedersachsen/corona-krise-verdeutlicht-die-bedeutung-der-digitalisierung>

Impressum

BPR a.i.V.

Ausschuss Soziales, Arbeits- und Gesundheitsschutz

Martina Buss, Jutta Daub, Dr. Patricia Erbdinger

April 2021